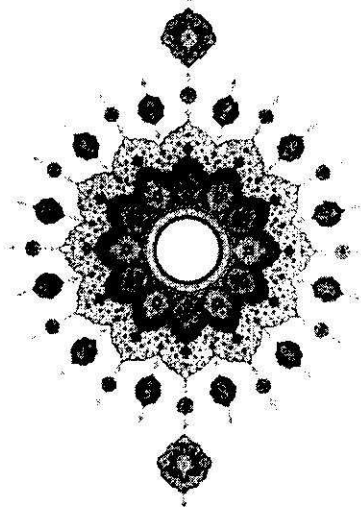


# رسانه و آموزه مهدویت

بازنمایی الگوی مطلوب رسانه  
در عرصه اندیشه مهدویت

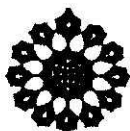
□ امیر محسن عرفان



- سرشناسه  
 عنوان و نام پدیدآور : رسانه و آموزه مهدویت : بازتابی الگوی مطلوب رسانه در عرصه اندیشه مهدویت  
 مشخصات نشر : قم: موسسه بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود (عج)، ۱۳۹۴.  
 مشخصات ظاهری : ۲۰۸ ص.  
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۰-۶۵-۱  
 وضعیت فهرست نویسی : فیبای مختصر  
 یادداشت : فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی: <http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است  
 شماره کتابشناسی ملی : ۳۷۸۴۹۸۷

## رسانه و آموزه مهدویت

### بازتابی الگوی مطلوب رسانه در عرصه اندیشه مهدویت



بنیاد نشری مهدوی  
 انتشارات

- مؤلف: امیرمحسن عرفان
- ناشر: انتشارات بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود
- ویراستار: احمد مسعودیان
- صفحه‌آرا: مسعود سلیمانی
- نوبت چاپ: اول - بهار ۱۳۹۴
- شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۰-۶۵-۱
- شمارگان: هزار نسخه
- قیمت: ۹۰۰۰ تومان

تمامی حقوق © محفوظ است.

- قم: انتشارات بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود / خیابان شهدا / کوچه آمار (۲۲) / بن بست شهید علیان / پ: ۲۶ / هم‌راه: ۰۹۱۰۹۶۷۸۹۱۱ / تلفن: ۳۷۷۴۹۵۶۵ و ۳۷۷۳۷۸۰۱ (داخلی ۱۱۷ و ۱۱۶) / (فروش): ۳۷۸۴۱۱۳۱ / (مدیریت): فاکس: ۳۷۷۳۷۱۶۰ و ۳۷۷۴۴۲۷۳
- تهران: بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود / تلفن: ۸۸۹۵۹۰۴۹ / فاکس: ۸۸۹۸۱۳۸۹ / ص.پ: ۳۵۵-۱۵۶۵۵

- [www.mahdi313.com](http://www.mahdi313.com)
- [www.mahdaviat.ir](http://www.mahdaviat.ir)
- [info@mahdaviat.ir](mailto:info@mahdaviat.ir)
- [Entesharatbonyad@chmail.i](mailto:Entesharatbonyad@chmail.i)

## فهرست مطالب

۹.....	سخنی با خواننده.....
۱۱.....	مقدمه.....
۱۵.....	<b>فصل اول: کلیات</b>
۱۶.....	یک. بازتیین مفاهیم کلیدی.....
۱۶.....	۱. اصطلاح‌شناسی آموزه مهدویت.....
۲۰.....	۲. مفهوم‌شناسی رسانه.....
۲۲.....	دو. بازنمایی جایگاه رسانه.....
۲۲.....	۱. اهمیت و جایگاه رسانه در روزگار کنونی.....
۲۴.....	۲. نقش و کارکرد رسانه.....
۲۹.....	سه. نسبت‌سنجی رابطه‌دین و رسانه.....
۳۱.....	۱. رویکرد واگرایی رسانه و دین.....
۳۴.....	۲. همگرایی رسانه و دین.....
۳۸.....	چهار. اندیشه‌های بنیادین رسانه دینی.....
۴۱.....	پنج. الزامات مهندسی رسانه دینی.....
۴۱.....	۱. توجه به جامعیت دین در عرصه حیات بشری.....
۴۳.....	۲. توجه به تحقیقات بنیادین در عرصه رسانه.....
۴۵.....	<b>فصل دوم: رسانه و آموزه مهدویت.....</b>
۴۶.....	یک. بسترها و زمینه‌های رویکرد کلان رسانه‌ای به آموزه مهدویت.....

۱. جایگاه روزافزون مفاهیم آخرالزمانی و موعودگرایی در رسانه‌های غرب ۴۶
۲. افول تمدن مادی و ظرفیت‌های رسانه‌ای آن در طرح اندیشه نجات..... ۵۳
۳. اقتضانات روزگار جدید و فهم‌پذیری جنبه جهانی آموزه مهدویت..... ۵۶
۴. سلطه رسانه‌ای غرب..... ۵۹
۵. پیوندهای دو سویه انقلاب اسلامی و اندیشه مهدویت..... ۶۱
۶. ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رسانه‌های اندیشه موعودگرایی..... ۶۴
۷. تحمیل رسانه‌ای الگویی خاص از منجی‌گرایی..... ۶۵
۸. رسانه‌ها و ارائه فهم‌های ناقص از آموزه مهدویت..... ۶۶
- دو. قابلیت‌های رسانه‌ای آموزه مهدویت..... ۶۸
۱. ظرفیت‌های انگیزشی اندیشه مهدویت..... ۶۸
۲. اندیشه مهدویت و فائق آمدن بر بحران معناداری زندگی..... ۷۳
۳. قابلیت‌های اندیشه مهدویت برای تفاهم ادیان..... ۷۷
۴. قابلیت‌های اندیشه مهدویت در همگرایی مذاهب اسلامی..... ۷۸
۵. حضور عینی و وجود منجی در اسلام..... ۸۰
۶. فرا منطقه‌ای، فرا نژادی و فراقومی بودن اندیشه مهدویت..... ۸۱
۷. رویکرد کلان اندیشه مهدویت به آینده‌نگری انسان..... ۸۱
۸. آموزه مهدویت و امید بخشی به جامعه و گذر از امیدهای واهی..... ۸۳
- سه. نقش رسانه در تغییر نگرش به آموزه مهدویت..... ۸۴
۱. نقش رسانه در تحول روش‌شناختی در رویکرد به آموزه مهدویت..... ۸۷
۲. رسانه و بازتعریف مکتب انتظار..... ۸۹
۳. رسانه و آرمان‌سازی برای تحولات اجتماعی..... ۹۲
۴. رسانه و ابطال قرائت‌های ناصحیح در عرصه اندیشه مهدوی..... ۹۳
۵. رسانه و بهره‌گیری از کارکردهای هویت‌بخش اندیشه مهدویت..... ۹۴
۶. رسانه و بازنمایی جامعه آرمانی عصر ظهور به مثابه الگوی منتظران..... ۹۹
- چهار. ضرورت مخاطب‌شناسی فعالیت‌های رسانه‌ای در عرصه مهدویت..... ۱۰۰
- پنج. فرایند اثرگذاری رسانه زمینه‌ساز در عرصه مهدویت..... ۱۰۳

- شش. کارکردهای آموزشی رسانه در عرصه اندیشه مهدویت ..... ۱۰۶
- هفت. بازتبیین جنگ نرم در عرصه اندیشه مهدویت..... ۱۰۸
- هشت. رسالت رسانه در عرصه گفتمان مهدوی..... ۱۱۷
- فصل سوم: راهکارها و راهبردهای باورافزایی معارف مهدوی در رسانه .. ۱۲۷**
- یک. راهکارهای رسانه زمینه‌ساز در عرصه باورافزایی مهدویت..... ۱۲۸
۱. پرهیز از گذشته‌گرایی افراطی..... ۱۲۹
۲. دغدغه اثربخشی پیام مهدوی..... ۱۳۱
۳. نهادینه‌سازی رویکرد عالمانه به آموزه مهدویت..... ۱۳۴
۴. طرح مباحث ضروری و کلان اندیشه مهدویت در رسانه..... ۱۳۵
۵. وحدت نظر نهادهای رسانه‌ای در تبیین و ترویج آموزه مهدویت..... ۱۴۰
۶. ارزیابی‌های مستمر..... ۱۴۱
۷. آسیب‌شناسی مستمر برنامه‌های مهدوی..... ۱۴۳
۸. غلبه پیام مهدوی بر فرهنگ عامه‌پسند در رسانه..... ۱۵۱
۹. رصد هوشمندانه فعالیت‌های رسانه‌ای رقیب..... ۱۵۸
۱۰. مدیریت صحیح رسانه‌ای مواجهه با شبهات و بحران‌ها در عرصه مهدویت..... ۱۶۲
۱۱. رصد مستمر افکار عمومی در عرصه اندیشه مهدویت..... ۱۶۵
۱۲. موقعیت‌سنجی..... ۱۶۸
۱۳. نمادسازی منطبق بر باورها و ارزش‌های مهدوی..... ۱۶۸
۱۴. جهانی‌سازی اندیشه انتظار ظهور..... ۱۷۰
- دو. ضرورت اتخاذ رویکرد راهبردی به آموزه مهدویت در رسانه‌ها..... ۱۷۵
۱. معناشناسی راهبرد..... ۱۷۵
۲. الگوی تدوین راهبرد رسانه‌ای در عرصه مهدویت..... ۱۸۰
۳. کارکردهای تدوین راهبرد رسانه‌ای مهدوی..... ۱۸۴
۴. بایسته‌های راهبردهای مهدوی رسانه..... ۱۸۵
۵. رصد محیطی رسانه در عرصه مهدویت و ارائه راهبردها..... ۱۸۷

- ۱۹۴.....سخن آخر
- ۱۹۶.....فهرست منابع
- ۱۹۶.....کتاب‌ها
- ۲۰۳.....مقالات
- ۲۰۶.....چکیده عربی
- ۲۰۷.....چکیده انگلیسی

## سخنی با خواننده

دغدغه، پرسمان و پژوهش در عرصه اندیشه نجات‌گرایانه مهدویت و منجی‌گرایی نه به شخص، گروه، قوم و نژادی اختصاص دارد و نه زمان، مکان یا جغرافیای خاصی می‌شناسد و ابعاد و مسائل پیرامون آن نیز همواره رو به افزایش و گسترش است. نکته حائز اهمیت در این زمینه، به‌روزرسانی این حقیقت و گره‌زدن این اندیشه به تار و پود حیات جاری مردم، فرهنگ‌ها و نیز ایدئال‌ها و آرمان‌های آنان است.

بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود عجل‌الله‌فرجه به حکم وظیفه دینی و انسانی، انتشار کتاب‌هایی را دستور کار خویش قرار داده که به حکم ویژگی‌های خاص، کمتر مورد ژرف‌اندیشی و واکاوی قرار گرفته است. نگاهی به کارنامه پژوهش‌های انجام شده در زمینه آموزه مهدویت و اندیشه در کتاب‌ها و مقاله‌های منتشر شده با همه دست‌آوردهای سترگ و ارزش‌مند، ما را با فقر مطالعات در عرصه‌های میان‌رشته‌ای مهدویت و رسانه مواجه می‌سازد.

پژوهش حاضر که کندوکاوی در باب بازنمایی الگوی مطلوب رسانه در عرصه آموزه مهدویت است، به جهاتی چند، در دسته پژوهش‌های مطلوب در این زمینه جای می‌گیرد: اول آنکه؛ این موضوع بر خلاف دیگر موضوعات رسانه‌ای، به صورت زنده و آشکار با باورهای عمومی مردم ارتباط دارد. دوم اینکه؛ در این نوشتار سعی شده است مهم‌ترین راهکارهای تعمیق معارف مهدوی در جامعه از سوی رسانه واکاوی شود. سوم این است که؛ در این پژوهش به تبیین مهم‌ترین شاخصه‌های

رویکرد رسانه‌ای به آموزه مهدویت اهتمام ورزیده شده است. بر این اساس، آنچه در این کتاب بدان پرداخته می‌شود، شایسته تأمل و درخور پی‌گیری است تا در پرتو آن، هر چه بیشتر اندیشه‌های صحیح و سقیم باورهای مذهبی و سنت‌های فرهنگی - هویتی از یکدیگر بازشناخته شوند.

گفتنی است اثر حاضر، در ششمین جشنواره علامه حلی رحمته الله علیه حائز رتبه شایسته تقدیر در بین کتاب‌های سطح چهار شده است.

در این جا لازم است از نگارنده محترم حجت‌الاسلام و المسلمین امیرمحسن عرفان که بار گران این پژوهش را به دوش کشیده و با همت خویش، آن را به نتیجه رسانده‌اند، قدردانی شود.

بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود علیه السلام امیدوار است که این اثر، برای خوانندگان گرامی مفید واقع شود و مورد توجه اهالی کتاب قرار گیرد.

**انتشارات بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود علیه السلام**